



Пловдивски университет “Паисий Хилендарски”

Факултет по икономически и социални науки

КВАЛИФИКАЦИОННА ХАРАКТЕРИСТИКА НА СПЕЦИАЛНОСТ „МАРКЕТИНГ И ПРОДАЖБИ”

Образователно-квалификационна степен „магистър“

Област на висше образование:	3. Социални, стопански и правни науки
Професионално направление:	3.8 Икономика
Професионална квалификация:	Магистър по икономика

Професионална реализация

„Маркетинг и продажби” е специалност на висшето образование със силна практическа ориентация. Завършилите имат разнообразни възможности за професионална реализация в:

- Средните и висшите управленски равнища на производствени и търговски фирми;
- Институциите на държавно управление и регулиране;
- Организациите от нестопанския сектор;
- Консултантския бизнес, свързан с аналитично-оценъчна и проектантска дейност, с оперативно и стратегическо маркетинг планиране, с разработването на експертизи и др.

Професионални компетенции

Завършилите образователно-квалификационна степен магистър по „Маркетинг и продажби” могат да изпълняват функциите на клас 1 „Ръководители”, подклас 12 „Административни ръководители и ръководители в търговски дружества”, група 122 „Ръководители по продажби, маркетинг и развойна дейност”; клас 2 „Специалисти”, подклас 24 „Стопански и административни специалисти”, група 243 „Специалисти по продажби, маркетинг и връзки с обществеността”; клас 3 „Техници и приложни специалисти”, подклас 33 „Стопански и административни приложни специалисти”, група 332 „Посредници в търговията и продажбите“ на Националната класификация на професиите и длъжностите на Република България – 2011. Професионалният им профил се формира от знания и умения за самостоятелно или в екип изпълнение на селективни, аналитични, оценъчни, експертни, прогностични и проектантски дейности, базирани на различни информационни потоци – с цел подготовката, вземането и изпълнението на различни по характер и сложност решения. Характерът на получаваните знания, умения и компетенции позволява на магистрите по „Маркетинг и продажби“ да заемат длъжностите под формата на различни статуси – наети по трудово правоотношение при работодател, работодатели, самонаети и/или свободни професии в консултантския бизнес.

Обхват на професионалните компетенции

Теоретични знания

Магистърът по Маркетинг трябва да притежава теоретични знания за:

- Най-новите теоретични постановки, направления и постижения в различните области на маркетинга;
- Съвременните информационни системи и технологии в маркетинга;
- Основните принципи на маркетинговата логистика;
- Изискванията за изграждането и управлението на бранда;
- Извеждането на основните тенденции в развитието на конюнктурата на международните пазари;
- Изграждането и поддържането на интегрирани маркетингови комуникации;
- Проектирането на системи за управление на взаимоотношения с клиенти.

Практико-приложни умения

- Управление на маркетинговите дейности в организацияте;
- Формулиране на политики, правила и норми, свързани с управлението на продажбите;
- Определяне на необходимостта от търговски и приложни специалисти;
- Оценяване на оферти на външни агенции;
- Изграждане и управление на дългосрочни взаимоотношения с клиентите;
- Наблюдаване и оценяване на резултатите от маркетинговата дейност на организацията;
- Ръководство на екипи по позициониране на продукти и търговски марки;
- Управление чрез мотивация;
- Преценяване на нуждите и поведението на клиентите;
- Изпълняване на поръчки за покупко-продажби;
- Интерпретиране на данни и информация за условията на пазара, конкурентното поведение и поведението на клиентите.

Инфраструктурни компоненти на професионалната квалификация

- Да борави свободно и да използва в професионалната си дейност съвременните офис-мениджмънт информационни и комуникационни технологии.
- Да владее на добро равнище западен език с оглед осигуряване на минимално равнище професионална комуникация и информиране.
- Да притежава бизнес култура и да формира организационно поведение в професионалните отношения в организацията и с бизнес партньорите.

Равнището на професионална компетентност кореспондира с учебния план и учебното съдържание на образователната магистърска степен на специалност „Маркетинг и продажби”. Зачитава се на държавен изпит. Признава се с диплома за завършена специалност на образователно-квалификационна степен на висшето образование.

Настоящата квалификационна характеристика е приета на ФС на ФИСН след консултиране с представители на държавната администрация, бизнеса и работодателските организации.